

Marcin Sanakiewicz

Poetyka telewizyjnych programów porannych między informacją, tabloidem i autopromocją

Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2013, 134 s., ISBN 978-83-7383-617-4

Televizja śniadaniowa jest formatem, a raczej gatunkiem telewizyjnym, który jest znany na świecie od 1952 roku, kiedy to wyemitowano pierwszy odcinek programu *Today* w stacji NBC (USA). W polskim systemie medialnym fenomen i wagę audycji porannych dostrzeżono dopiero na początku obecnego wieku, mimo że TVP1 zaczęła nadawać program *Kawa czy herbata?* od 1992 roku. To zapewne powoduje, że każda publikacja o tym zjawisku ma duże szanse na oddźwięk zarówno w przestrzeni publicznej, jak i w polskiej nauce. Lecz nie zawsze są to reakcje pozytywne.

Mam nadzieję, że nikogo nie urażę, twierdząc, że w polskim środowisku naukowym istnieje pewnego rodzaju obawa przed podejmowaniem badań nad zjawiskami, które są powiązane z kulturą popularną. Uważa się je za mało ambitne i raczej stanowią one wątek poboczny w dorobku pracowników naukowych, a nie są ich głównym tematem badawczym. Można jednak dodać, że jest to tendencja z roku na rok malejąca, bowiem w światowej literaturze przedmiotu kultura popularna zajmuje znaczące miejsce.

Televizja śniadaniowa jako element kultury popularnej jest przedmiotem nielicznych polskich publikacji, dlatego na uznanie zasługuje fakt, że Marcin Sanakiewicz podjął się opisanie tego zjawiska. Dla autora wybór tematu badań nie stanowił większego problemu, ponieważ jest on od lat związany z telewizją (uczestniczy w przygotowywaniu programów telewizji śniadaniowej w TVP SA) i zna sposoby funkcjonowania telewizji od strony praktycznej. Jest to istotna uwaga, dlatego że dużą część recenzowanej pozycji stanowią wyróżnione graficznie

wstawki zatytułowane *Z praktyki dziennikarskiej*, które opisują subiektywne wrażenia autora. Książka została podzielona na cztery części, a każda z nich omawia inny aspekt funkcjonowania telewizji:

- Program poranny jako gatunek telewizyjny (geneza gatunku, najważniejsze jego cechy oraz telewizja śniadaniowa jako magazyn).
- Poetyka szczegółowa (czas, temat, goście, materiały filmowe i graficzne, scenografia i realizacja TV).
- Nowe czasy, nowe media (tabloidyżacja, autopromocja, funkcja informacyjna, etyka, komunikacja z widzem).
- Postgatunek: poranne obrazy rzeczywistości (kontekst kulturowy i społeczny, przestrzeń dyskursywna i metafory, genologia postgatunku).

Lektura książki nie pozwala jednoznacznie stwierdzić, czy ta pozycja jest wartościowa, czy też nie. Od samego początku trudno ustalić, jaki jest główny zamiar autora. W podsumowaniu czytamy, że „w niniejszym opracowaniu starałem się przedstawić szerokie konteksty nadawania i odbioru telewizji śniadaniowej” (s. 110). W rzeczywistości w tekście mowa jest tylko o kontekstach nadawania i trudno znaleźć jakiegokolwiek wątki dotyczące odbioru (można je tylko zauważyć w podrozdziale dotyczącym kontaktów z widzem). Niestety, ten przykład, jak i inne niżej opisane, pokazują, że Autor, choć jest związany z telewizją w praktyce, to z teorią zapoznał się tylko od strony kulturoznawczej, a nie medioznawczej. Świadczy o tym chociażby fakt, że Autor w ogóle nie zdaje sobie sprawy z istoty nauki o mediach, skoro pisze: „współcześnie rozumiane nauki

o mediach, by ukazać problem w holistycznym spektrum, powinny opierać się na dokonaniach z dziedziny kulturoznawstwa (a przynajmniej w analizie odnosić się do nich), a także socjologii (ze szczególnym uwzględnieniem skutków, nieustających w przekazie, kodowania i dekodowania)” (s. 10). To, co dla autora stanowi istotę nowej nauki, w rzeczywistości jest tylko niewielkim jej wycinkiem¹. Dla mnie praca ma charakter kulturoznawczy i na tym kontekście Autor powinien był się skupić. Tymczasem usiłuje on nadać jej wymiar medioznawczy, czym może narazić się na krytykę. Ponadto lektura wstępu pokazuje, że Sanakiewicz zapoznał się tylko z literaturą kulturoznawczą (Bauer, Godzic) i socjologiczną (Bogunia-Borowska). Tymczasem problematyka telewizji śniadaniowej była przedmiotem badań medioznawczych, nawet o charakterze ilościowej analizy zawartości (Dąbrowska-Cendrowska – cytowana, lecz w zupełnie innym aspekcie²). Także uwaga, że brak im empirycznego podejścia do badanego tematu (s. 9) świadczy po raz kolejny o nieznamości literatury przedmiotu.

Patrząc na całość recenzowanego tekstu, warto zwrócić uwagę na kilka rzeczy. Po pierwsze zastanawiające jest tu użycie terminu „poetyka” w odniesieniu do zastosowanej metody badawczej. Wydaje mi się, że Autor wziął pod uwagę zbyt mało materiału badawczego (trzy programy śniadaniowe wyemitowane w jednym dniu) oraz zbyt małą ilość cech do badania, aby nadać taki tytuł swoim rozważaniom. Trzeba też zaznaczyć, że ta terminologia nie była do tej pory stosowana w odniesieniu do rynku medialnego i być może pod tym względem jest to praca pionierska. Liczę na to, że w kolejnych

publikacjach Autora znajdzie się dokładniejsze wytłumaczenie zastosowania pojęcia poetyki w badaniach medioznawczych i że będzie ono bardziej przypominało metodę stosowaną w teorii literatury.

Drugą rzeczą, która chyba najbardziej przeszkadza w odbiorze, jest zbyt wysoki poziom ogólności w tekście. To powoduje, że czytając kolejne rozdziały, mamy wrażenie, że to samo chciał nam Autor przekazać kilka stron wcześniej. Wiele razy w tekście można znaleźć następujące wątki:

- Program opiera się na celebrytach (s. 28, s. 49 itd.).
- Informatywność jako jedna z najważniejszych funkcji programu (s. 30, s. 32, s. 51, s. 69, s. 70 itd.).
- Telewizja śniadaniowa ma formułę „lekką, łatwą i przyjemną” – rozrywka (s. 32, s. 63, s. 70, s. 74 itd.).
- Program jest wielotematyczny (s. 43, s. 63, s. 70 itd.).
- Telewizja śniadaniowa jako doskonałe narzędzie promocyjne (s. 30, s. 33, s. 43, s. 46, s. 54 itd.).

Być może użycie tak wielu powtórzeń podkreśla charakter programów śniadaniowych. Nie jest to jednak potrzebne, ponieważ wyżej wymienione cechy tej formuły są powszechnie znane i nie trzeba zwracać na nie uwagę w każdym rozdziale.

Element, którego zabrakło w tej publikacji, a który wydaje się być niezbędny w zaplanowanej przez autora strukturze, to prawie całkowity brak odniesień do przeprowadzonej analizy. Autor pisze, że: „Chcąc uzyskać rzetelne porównanie, wytypowałem programy ukazujące

¹ M. Jabłonowski, T. Gackowski, *Tożsamość nauk o mediach. Obszary, perspektywy, postulaty*, „Studia Medioznawcze” 2012, nr 2 (49), s. 15; M. Mrozowski, *Tożsamość nauk o mediach. Przyczynek do dyskusji*, „Studia Medioznawcze” 2012, nr 2 (49), s. 24

² Olga Dąbrowska-Cendrowska zajmuje się badaniem telewizji śniadaniowej od kilku lat. Na ten temat ukazało się wiele jej opracowań mających właśnie empiryczny charakter.

się tego samego dnia. Z uwagi na czas powstania pracy wybrałem losowo czwartek 10 maja 2012 r. Niemożliwe jest przedstawienie wszystkich niuansów i dokładnie rozpatrzenie wszelkich kwestii związanych z tą formą programu na przykładzie jednego dnia emisji. Niemniej jednak uważam, że takie podejście idealnie zobrazuje telewizję śniadaniową jako tekst kultury. (...) Przedmiotem badań będzie problem, na ile telewizja śniadaniowa realizuje w sposób praktyczny już opisane mechanizmy działania współczesnych mediów” (s. 7–8).

W tej sytuacji należałoby zadać Autorowi pytanie, jaki był cel przeprowadzonej analizy, jeżeli w książce nie ma o niej słowa? Sanakiewicz w wielu fragmentach podaje różne przykłady związane z pracą w programach śniadaniowych, ale nie są to analizowane odcinki programów (a jeżeli nawet są, to czytelnik o tym nie wie). Brakuje także porównania między poszczególnymi programami, a mogłyby one mieć znaczenie dla zastosowanej metody badawczej (poetyka). Zastanawiające jest również to, na podstawie czego Autor wyciąga wnioski zawarte w książce, skoro nie są one zilustrowane przykładami z analizowanych odcinków? Te poważne usterki powodują, że, niestety, nie mam zaufania do tej pozycji.

W cytowanym fragmencie dwie rzeczy zasługują na uzupełnienie. Po pierwsze – brak jest w tekście opisu owych „mechanizmów działania współczesnych mediów”, co uniemożliwia stwierdzenie, czy telewizja śniadaniowa realizuje je w sposób praktyczny. Trudno jest powiedzieć, jak coś będzie działało w praktyce, jeżeli nie wiemy, czym miałyby być w teorii. Po drugie – słowo „kultura” jest bardzo różnie rozumiane i definiowane. W języku polskim różne znaczenia tego pojęcia są nawet różnicowane za pomocą przymiotników „kulturowy” (szersze znaczenie) i „kulturalny” (węższe znaczenie). Wiedzą o tym szczególnie kulturoznawcy i socjologowie, choć ma to bardzo duże znaczenie także dla medioznawców. Trzeba bowiem

pamiętać, że w pewnych przypadkach media są częścią kultury, lecz w innym ujęciu kultury mogą już do niej nie należeć. W książce nie ma jednoznacznego stwierdzenia, o jaki sposób pojmowania kultury chodzi, a być może krótka wzmianka na ten temat pozwoliłaby uniknąć nieporozumień i ewentualnej krytyki ze strony czytelników.

Wyżej wymienione uwagi krytyczne nie oznaczają, że publikacja Marcina Sanakiewicza nie posiada zalet. Na pewno na uznanie zasługują wstawki dotyczące doświadczenia dziennikarskiego autora. I tu pozwolę sobie złożyć propozycję, aby w przyszłości Marcin Sanakiewicz wydał poradnik dla absolwentów dziennikarstwa i młodych pracowników mediów. Wydaje się, że jego uwagi w znacznym stopniu ułatwiłyby wejście młodym ludziom do tego zawodu i pokazały realia pracy. W recenzowanej książce najbardziej interesujące były fragmenty dotyczące przygotowywania programu, jak na przykład ustawianie tematów „pod gościa”. Wart uwagi, choć zdecydowanie za krótki, jest także podrozdział poświęcony tabloidytacji. Trochę szkoda, bo mógłby być ciekawym przyczynkiem do dyskusji na temat tego zjawiska.

Pozycja Marcina Sanakiewicza jest trudna w ocenie, a co za tym idzie, także w odbiorze, i to z kilku powodów. Po pierwsze, Autor chciał opisać telewizję śniadaniową z nazbyt wielu perspektyw. Wystarczyłoby, aby ukazał zjawisko na tle kulturoznawczym. Tymczasem mieszanka naukowych dyscyplin doprowadziła do niejasności co do intencji autora. Po drugie, do badań należałoby użyć zdecydowanie większej ilości materiału, aby pokazać jakie elementy gatunkowe wchodzi w skład telewizji śniadaniowej. Jeden dzień, trzy różne programy to zdecydowanie za mało. Wierzę, że wnioski Autora są prawdziwe, chociaż skłaniam się ku temu nie na podstawie dobrze przeprowadzonej analizy, lecz dlatego, że wiem, że pracuje on w mediach. Trudności w odbiorze dostarcza też powoływanie się na zbyt dużą ilość teorii naukowych.

Ich przytaczanie w niektórych fragmentach nie wnosi do wywodów niczego istotnego.

Lekturę tej książki polecam badaczom telewizji śniadaniowej oraz kulturoznawcom, dla których takie ujęcie zjawiska może zainicjować

debatę. Zaś wstawki *Z praktyki dziennikarskiej* powinny stanowić lekturę obowiązkową dla studentów specjalizacji telewizyjnej.

Katarzyna Gajlewicz-Korab



Paulina Olechowska

Akcesja Polski do Unii Europejskiej na łamach prasy regionalnej Ziemi Zachodnich

Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2012, 284 s., ISBN 978-83-7241-914-9

W maju 2014 r. minie 10 lat naszego członkostwa w Unii Europejskiej. Jubileusz stanie się zapewne okazją do rozmaitych podsumowań, bilansu zysków i strat, a już na pewno przyczyni się do podwyższenia temperatury dyskusji na temat pozytywnych i negatywnych skutków akcesji. Taka dyskusja – szczególnie intensywna na etapie referendum akcesyjnego – trwa właściwie cały czas, ujawniając przeciwstawne stanowiska, poglądy i opinie, zarówno w odniesieniu do kwestii samej obecności, jak i w wielu sprawach szczegółowych. Ten temat stał się także przedmiotem naukowych opracowań różnego typu – socjologicznych, ekonomicznych, prawnych i medioznawczych. Jednym z nich jest książka Pauliny Olechowskiej powstała na podstawie rozprawy doktorskiej napisanej pod kierunkiem prof. Andrzeja Saksona i obronionej w 2011 roku na Wydziale Nauk Politycznych i Dziennikarstwa UAM w Poznaniu.

Przedmiotem badań własnych autorki jest analiza zawartości 13 dzienników regionalnych ukazujących się na obszarze 3 województw: zachodniopomorskiego, lubuskiego i dolnośląskiego, określanych w książce jako Ziemia Zachodnie. Natomiast bazę materiałową sta-

nowią teksty dotyczące wejścia Polski do Unii Europejskiej (dobrebrane wedle kilku słów-kluczy: Unia Europejska, kampania referendalna/informacyjna/ akcesyjna, integracja europejska) opublikowane w okresie od maja 2002 do maja 2004 roku.

W związku z zakreślonym geograficznie zakresem tematu mam dwie uwagi. Po pierwsze – historycznym pojęciem Ziemia Zachodnie (lub: Ziemia Odzyskane) obejmuje się znacznie większą część kraju niż wymienione wyżej trzy województwa; jeśli więc autorka – do czego ma prawo – świadomie ograniczyła jego zasięg terytorialny, to powinna ten zabieg przekonująco uzasadnić. Po drugie – przygotowywanie społeczeństwa polskiego najpierw do referendum w sprawie akcesji, a następnie osvajanie z konsekwencjami naszej obecności w unijnych strukturach było przedsięwzięciem medialnym realizowanym w skali całego kraju, a więc także przez media funkcjonujące w innych regionach, nie mówiąc już o mediach ogólnopolskich. W związku z tym praca byłaby znacznie ciekawsza i bardziej wartościowa pod względem poznawczym, gdyby w badaniach zostały uwzględnione także dzienniki ukazujące się w innych regionach, powiedzmy – w Polsce